

IL BRAND DEL POLO DEL GUSTO

Achillea cresce e si apre all'estero

«Nel 2026 focus su nuovi prodotti»

L'azienda di succhi ha chiuso il 2025 con 4 milioni di ricavi
L'ad Molinari: «Ordini da 15 Paesi, dalla Corea agli Usa»

Giorgia Pacino / TRIESTE

Dopo un 2025 di investimenti sulla parte commerciale, con l'apertura a 15 mercati esteri, per Achillea il 2026 sarà l'anno della focalizzazione sui nuovi prodotti. Il brand di succhi di frutta, confetture e creme spalmabili biologiche entrato nel 2023 nel Polo del Gusto di Riccardo Illy, ha chiuso l'anno attorno ai 4 milioni di fatturato, in crescita sui 3,8 milioni del 2024, nonostante il forte rincaro dei prezzi della materia prima. Società benefit, Achillea lavora solo con materie prime da agricoltura biologica e ha risentito più di altri degli aumenti, avendo a listino prodotti tutti «a ricetta corta», spiega l'ad Fabrizio Molinari, con solo due ingredienti: frutta e succo di mela come dolificante.

«Gli ultimi quattro o cinque mesi dell'anno abbiamo assistito a un aumento significativo dei prezzi, anche a tripla cifra su alcuni frutti. Mela e melograno sono aumentati tra il 10 e il 15%, i prezzi di pesca, pera e albicocca sono cresciuti dal 25 al 30%, i mirtilli sono arrivati a raddoppiare il costo». A pesare sui rincari il cambiamento climatico, che ha portato a un calo delle produzioni, e in alcuni casi anche fattori politici, come per i mirtilli: in Svezia negli ultimi due anni è stato



Una fase del processo produttivo nello stabilimento Achillea

fortemente limitato l'accesso ai *pickers* thailandesi, lavoratori tradizionalmente impegnati nella raccolta stagionale dei frutti. «Noi acquistiamo solo mirtillo selvatico di bosco e ci riforniamo principalmente nei Paesi scandinavi, baltici e in Ucraina», spiega Molinari. «In Svezia la riduzione dei visti ha fatto sì che, in assenza di raccoglitori, i mirtilli siano rimasti nei boschi, portando a un'e-

splosione dei prezzi».

La crescita di Achillea si inserisce in un trend positivo per tutto il comparto del biologico: secondo l'Osservatorio Sana, nel 2025 in Italia le vendite di alimenti biologici destinati al consumo domestico sono aumentate del 6,2%, raggiungendo i 5,5 miliardi di euro. Sommando anche il fuori casa, il giro d'affari complessivo ammonta a 6,8 miliardi, con un ex-

port che sfiora i 3,9 miliardi. «Senza dubbio sta crescendo l'interesse verso il biologico, dopo alcuni anni di calo dovuto all'eccessiva distanza tra i prezzi del biologico e quelli dei prodotti convenzionali», conferma l'ad di Achillea. Ora, anche grazie alla direzione impressa dall'Unione europea, che sta spingendo affinché entro il 2030 tutti i Paesi membri abbiano almeno il 25% dei terreni coltivati a biologico – l'Italia è già al 20%, contro una media europea dell'11% – tra il 2024 e il 2025 la spesa per prodotti bio è tornata a crescere. «L'industria ha fatto la sua parte, ottimizzando supply chain e linea di produzione, e riuscendo ad avvicinare il prezzo a quello del convenzionale».

Nell'ampio comparto del bio, Achillea resta una realtà di nicchia, con succhi e composte esclusivamente prodotti da frutta senza l'aggiunta né di zuccheri né di acqua. L'azienda è al lavoro su nuove ricette, con alcuni lanci previsti già nel primo quadri mestre dell'anno. Il focus è su prodotti

**Nel 2025 prezzi della frutta alle stelle
Trend positivo per il comparto bio**

proteici, nuovi tè e ricette a base di chia. Orientata principalmente al mercato italiano, con una presenza ormai consolidata nei punti di vendita Natura-Sì e una progressiva diffusione nell'Horeca – anche grazie alle partnership con altri brand del Polo del Gusto, a partire da Dromori – nel 2025 Achillea ha investito per crescere anche all'estero aprendo una quindicina di nuovi mercati: Inghilterra e Nord Europa, ma anche Stati Uniti, Corea e Nuova Zelanda. «Abbiamo trovato partner attenti e desiderosi di collaborare», racconta Molinari, in partenza per Norimberga per partecipare alla fiera Biofach. «I volumi ancora sono contenuti, ma abbiamo già ricevuto i primi riordini e vediamo margini di crescita. Il concetto di bio su prodotti a base frutta italiani piace molto all'estero».